

ABSTRAK

Muhammad Thoyib Ansori, B06210022, 2014. Representasi Pria Dalam Iklan Vaseline for Men Versi Ariel Noah (Analisis Semiotika Roland Barthes).

Penelitian ini mengangkat iklan sebagai objek penelitian, menjadi hal yang menarik bagi peneliti. Karena iklan merupakan media periklanan memiliki tanda visual yang berhubungan dengan tanda yang ada di masyarakat. Tiap tanda memiliki relasi, sehingga menghasilkan makna yang tergantung dari sudut pandang pembaca iklan. Peneliti mengambil iklan sebagai objek penelitian yaitu Iklan Vaseline for Men versi “Ariel Noah”, iklan tersebut menurut peneliti memiliki nilai yang terdapat dalam tanda-tanda seperti bagaimana seorang pria itu di representasikan dalam iklan tersebut.

Studi mengenai tanda atau semiotika ini, peneliti menggunakan analisis Roland Barthes tentang Signified, Signifier, denotatif dan konotatif. Dalam iklan ini bertujuan untuk mengkritik untuk mendeskripsikan representasi pria Dalam iklan Vaseline for Men tersebut. Sehingga paham bagaimana seorang pria itu dalam pandangan masyarakat.

Pandangan masyarakat melalui tanda-tanda dalam iklan Vaseline for Men ini melalui gaya seorang laki yang di pandang seperti pria macho, pria metroseksual, dan pria gentlemen, dimana seorang pria dianggap menyerupai gaya wanita ketika mereka mulai merawat anggota tubuhnya khususnya di bagian wajahnya agar terlihat lebih cerah, bersih,dll layaknya seperti seorang wanita. Dan pria yang melakukan hal seperti itu bukanlah pria yang banci atau seperti menyerupai perempuan tetapi memang gaya/style pria yang ada di jaman sekarang ini. Maka tanda tersebut mengarah pada relasi sosial masyarakat terhadap seorang pria.